

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВИПРОБУВАННЯ

З дисципліни «Основи торговельного підприємництва»

1. Суть підприємництва і його роль у становленні ринкової економіки.
2. Функції, принципи та моделі підприємництва.
3. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
4. Тенденції розвитку підприємництва в Україні.
5. Правова база підприємництва в Україні.
6. Правові форми підприємництва, внутрішнє та зовнішнє середовище підприємницької діяльності.
7. Технологія заснування власної справи.
8. Сутність і принципи комерційного розрахунку.
9. Структура і технологія розробки бізнес-плану.
10. Послідовність та методика аналізу підприємницької діяльності.
11. Особливості аналізу фінансових показників торговельного підприємництва.
12. Економічна суть державного регулювання торговельного підприємництва.
13. Механізм, форми та методи державного регулювання торговельного підприємництва в Україні.
14. Економічна безпека торговельного підприємництва.
15. Сутність та види підприємницького ризику.
16. Управління ризиками в підприємницькій діяльності.
17. Основні положення, принципи та форми страхування в торговельному підприємстві.
18. Етапи підприємницької діяльності в торгівлі.
19. Особливості підприємницької діяльності в торгівлі.
20. Забезпечення функціонування підприємств торговельного підприємництва.
21. Напрями розвитку підприємництва у сфері торгівлі в Україні.
22. Суть, значення і принципи комерційної діяльності підприємницьких структур.
23. Правові основи здійснення комерційної діяльності підприємницьких структур.
24. Економічні взаємовідносини підприємців зі споживачами.
25. Шляхи подальшого розвитку комерційного підприємництва.

З дисципліни «Комерційна діяльність»

1. Суть і структура комерційної діяльності, її принципи.
2. Принципи та чинник розвитку комерційної діяльності.
3. Види та класифікація суб'єктів комерційної діяльності.
4. Товар як об'єкт комерційної діяльності. Послуги та вимоги до них.
5. Комерційна інформація про товар, її джерела і носії.
6. Характеристика особливих видів об'єктів комерційної діяльності.

7. Функції торгівлі та параметри її ресурсного потенціалу.
8. Роль і завдання комерційної роботи на сучасному етапі.
9. Організація комерційної діяльності в оптовій торгівлі.
10. Структура, зміст та порядок укладання договору постачання товарів.
11. Значення, сутність, мета та принципи закупівельної роботи на оптовому ринку.
12. Класифікація та джерела закупок товарів.
13. Формування та регулювання асортименту товарів.
14. Процес регулювання та управління товарними запасами в оптовій торгівлі.
15. Поняття і сутність оптового продажу товарів.
16. Форми, види та методи оптового продажу товарів.
17. Функції та завдання роздрібною торгівлі.
18. Чинники та умови розвитку комерційної діяльності у сфері роздрібною торгівлі.
19. Сутність і зміст асортиментної політики в торгівлі.
20. Особливості формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.
21. Регулювання та контроль асортименту товарів у торговельній мережі.
22. Сутність і завдання товаропостачання.
23. Вимоги до організації товаропостачання. Принципи організації товаропостачання.
24. Суть, методи, критерії ефективності комерційної діяльності.
25. Сутність і зміст комерційного ризику. Способи зниження ризику.

З дисципліни «Основи маркетингу»

1. Виникнення та основні етапи розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Принципи, цілі, завдання та функції маркетингу.
4. Класифікація маркетингу.
5. Основні категорії маркетингу та їх характеристика.
6. Поняття комплексу маркетингу «4P» та «7P».
7. Особливості міжнародного маркетингу.
8. Основні сфери застосування маркетингу.
9. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
10. Мікросередовище організації та його основні складові.
11. Маркетингова інформаційна система.
12. Основні етапи маркетингового дослідження.
13. Оцінка кон'юнктури ринку.
14. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
15. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
16. Принципи та критерії сегментацій ринків.
17. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
18. Позиціонування товару на ринку.
19. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
20. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.

21. Поняття про товарну марку, її типи.
22. Створення та впровадження на ринок нових товарів.
23. Характеристика етапів життєвого циклу товарів.
24. Конкурентоспроможність товару, методи визначення та система показників, що її характеризують.
25. Поняття товарного асортименту та номенклатури товарів підприємства й управління ними.
26. Види цінової політики та їх характеристика.
27. Види цінових стратегій та їх характеристика.
28. Ціноутворення на різних типах ринків.
29. Методи ціноутворення та їх характеристика.
30. Суть, методи та функції маркетингової політики розподілу.
31. Основні характеристики каналів розподілу.
32. Формування та оцінка каналів розподілу.
33. Сутність маркетингової політики комунікацій.
34. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
35. Просування товару.
36. Розробка комунікаційної програми.
37. Система управління маркетингом та її елементи.
38. Зміст маркетингового плану (програми).
39. Організація маркетингової діяльності підприємства.
40. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

